**Функции редакторской колонки в журнале Vogue**

**Дудникова Полина Анатольевна**

*Студент (бакалавр)*

*Тюменский Государственный университет, Институт социально-гуманитарных наук, Кафедра философии, медиа и журналистики, Тюмень, Россия*

*E-mail: stud0000262306@study.utmn.ru*

В современной журналистике не угасает интерес к темам моды и светского образа жизни. Среди медиа о моде особое место занимают издания с вековой историей, которым уже не нужно ожесточенно бороться за внимание аудитории, к таким относится Vogue, журнал, который окрестили «библией моды». С 1988 года редакцией американского Vogue руководит Анна Винтур, её мнение авторитетно для энтузиастов индустрии по всему миру, поэтому колонка главного редактора в главном модном журнале представляет интерес для изучения.

Нами были проанализированы сентябрьские выпуски журнала за последние семь лет. В сентябре глянцевые издания освещают «большую четвёрку»: показы в рамках недель моды в Нью-Йорке, Лондоне, Милане и Париже. В этот период определяются модные тенденции предстоящего сезона.

Актуальность работы заключается в том, что в условиях развития новых медиа, «ускоривших» контент и упростивших процесс взаимодействия автора и читателя, продолжает существовать печатная периодика, в которой традиционным инструментом связи с аудиторией зачастую служит колонка главного редактора. Новизнаработы заключается в том, что жанр редакторской колонки в глянцевой периодике ранее не выступал объектом исследовательского интереса. Цельюработы является определение функций жанра редакторской колонки в глянцевом журнале.

Изучив уже имеющиеся в научном дискурсе определения жанра колонки самым эвристически ценным для нашего исследования, мы можем назвать определение А.В. Колесниченко: «Авторская колонка – это комментарийный жанр, в основе которого разъяснение или оценка» [3]. Согласно Л.Е. Кройчику, задача колумниста состоит в достоверном описании реальности и выражении собственных переживаний, спровоцированными этими самыми фактами общественной жизни, колумнист также должен приглашать читателя к соразмышлению [1]. Нынешнее положение жанра колонки в теории журналистики С.С. Ярцева оценивает как прочное, отмечая, что в англо-американской и испаноязычной журналистике у колонки как способа выражения авторской рефлексии исторически не было конкурентов [4].

Как мы отметили ранее, жанр колонки в глянцевом журнале до настоящего времени не становился предметом научного интереса, поэтому мы обратились к функциям жанра колонки в широком смысле и функциям, общих для всех аналитических жанров, в результате поиска теоретического материала мы обнаружили пробелы в этой области научного знания. В изученных нами работах на тему колумнистики неизменно подчёркивалась важность авторской рефлексии и диалога с аудиторией.

Однако, в ходе анализа редакторских колонок американского Vogue нами была замечена и другая функция этого жанра в глянце. Главный редактор «библии моды» может делиться своими переживаниями и событиями, их вызвавшими, только руководствуясь концепцией издания, его историей, интересами журналистского коллектива, то есть редакторская колонка выполняет и представительскую функцию перед аудиторией и рекламодателями. Не следует путать выделенную нами функцию жанра с ранее описанными возможностями взаимодействия и соразмышления, так как предложенная нами представительская функция колонки связана не с коммуникативными возможностями конкретного текста, а с поддержанием уже сложившегося имиджа издания, его концепции. В Vogue эта функция реализуется за счёт того, что главный редактор в своей колонке часто обращается к истории журнала, размышляет над его идентичностью в современном социокультурном контексте, анализируя старые методы работы и иногда подмечая ошибки, как бы корректируя траекторию развития издания и, в случае Vogue, возможно индустрии в целом. Так, в сентябрьском номере за 2018 г. комментируя проблему труда несовершеннолетних моделей, Анна Винтур признаёт, что на страницах её журнала появлялись девушки и юноши младше восемнадцати лет, она также отмечает, что в связи с вызывающими беспокойство тенденциями в индустрии Vogue работает только с совершеннолетними моделями [5]. Позицию журнала поддержали некоторые ведущие модельные агентства и Совет модельеров Америки. В индустрии моды форма и содержание подчинены эстетике, поэтому и в глянцевой журналистике все элементы медиа должны быть гармоничны и соответствовать представлениям о прекрасном. Особенности глянцевой периодической прессы мы также изучили в ходе работы.

Имеющиеся в научном дискурсе определения глянцевой журналистики не противоречат предложенной нами функции редакторской колонки в изданиях этой тематики. Исследователи отмечают, что глянец формирует потребности, стиль жизни и «искусственно создают некий целостный образ окружающего мира» [2]. Способность глянцевого журнала влиять на восприятие реальности аудиторией в том числе предполагает и способность издания влиять на свой собственный имидж в глазах читателей и спонсоров, поэтому выделение представительской функции редакторской колонки в модной журналистике не лишено смысла.

Таким образом, в процессе изучения теоретического и материала по теме колумнистики в глянце, помимо предложенных коммуникативных и экспрессивных функций редакторской колонки нами была выделена представительская, которая основана на отношениях автора текста с изданием, в котором этот текст публикуется, с его имиджем и историей. В глянцевом журнале поддержание редактором образа издания способствует созданию особой картины мира у читателя и укреплению авторитета медиа у аудитории.

**Источники и литература**

1. Основы журналистской деятельности: учебник для вузов / С. Г. Корконосенко [и др.]; М., 2023. URL: https://urait.ru/bcode/510819/p.199
2. Пименова О.И. Доминантные смыслы глянцевого журнального дискурса // Вестник Вятского государственного университета. Вятка, 2012, № 4. С. 113-121.
3. Работа журналиста в цифровой периодике: учеб. пособие для студентов вузов / Отв. ред. О. В. Смирнова. М., 2022.
4. Ярцева С.С. Колумнистика: история возникновения и перспективы развития: автореф. дис. канд. филол. наук. Воронеж. 2011.
5. Винтур А. Широко открытыми глазами / Wintour A. Eyes Wide Open // Vogue, С. 198-212.